

# MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali  
Curso de Administração  
Campus de Balneário Camboriú

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA EVIDENCIAÇÃO DAS AÇÕES DE ARRECADAÇÃO DE RECURSOS NA ASSOCIAÇÃO DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS – APAE DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ-SC

Bianka Fernandes Luchtemberg<sup>1</sup>

Camila da Silva Schmitt<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente estudo possui como tema a elaboração de estratégias de marketing para a evidenciação das ações de arrecadação de recursos na Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais – APAE de Balneário Camboriú-SC. Por se tratar de uma instituição do Terceiro Setor que não possui fins lucrativos, a APAE recebe recursos por meio de ações, convênios e doações para o seu funcionamento. Diante disso, a pesquisa possui como problema, identificar quais estratégias de marketing podem contribuir para melhorar a visibilidade da APAE junto à comunidade, visando facilitar o processo de captação de recursos. Assim, a pesquisa possui como objetivo geral propor estratégias de marketing para dar visibilidade às ações de arrecadação de recursos da APAE junto ao município de Balneário Camboriú-SC, contribuindo para o processo de captação de recursos. Para a elaboração das estratégias de marketing foi realizada a pesquisa com uma amostra intencional de 85 respondentes, visando identificar o nível de visibilidade que os mesmos possuem em relação às ações realizadas pela APAE. A pesquisa é delineada quanto aos fins e objetivos como descritiva, exploratória e aplicada. Quanto a natureza dos dados, trata-se de uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Em relação às estratégias e métodos, a pesquisa é caracterizada como bibliográfica e de levantamento. A pesquisa coletou dados primários referentes a amostra estabelecida, para tal fim, foi adotado como instrumento de coleta um questionário composto por questões fechadas e abertas que foram desenvolvidas pela pesquisadora a partir dos objetivos específicos. Os dados foram analisados de forma comparativa, e posteriormente apresentados através de gráficos. Por meio da pesquisa, constatou-se que a maioria dos respondentes afirmaram que acham importante colaborar com as ações da APAE, totalizando 98,8%. No entanto, 34,2% afirmaram que nunca ou raramente participam do Pedágio; 15,3% nunca ou raramente participam do Troco Solidário; e 76,5% nunca participam do Chá dos anjos de uma asa só. Diante dos resultados obtidos, nota-se que é imprescindível que a APAE utilize estratégias de marketing para ampliar a divulgação das ações, o que aumentará as possibilidades de participação da comunidade quando as mesmas forem realizadas e consequentemente, a captação de recursos poderá ser maior.

Palavras-chave: Palavras-chave: estratégias de marketing, visibilidade de

<sup>1</sup> Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.  
biankafernandes\_@hotmail.com

<sup>2</sup> Prof<sup>ª</sup>. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. camila.s.schmitt@gmail.com